

Palabras clave: Diseño multidisciplinar - Educación - Diseño de interacción - Diseño UX.

Resumo: As mudanças na educação em design na Coreia foram descritas através da história da escola de design da universidade de Kookmin, e o design de interação, um design representativo no campo do design multidisciplinar, foi estudado. A interação deve ser ensinada em dois eixos: metodologia do design e domínios de aplicação. Métodos **úteis** para a educação do design de interação são a aula em equipe, a oficina da cidade, o passeio de pesquisa, a oficina de livros, o colóquio de papel e a aula baseada em projeto. A educação do design de interação deve ser conduzida com uma perspectiva de longo prazo.

Palavras-chave: Design multidisciplinar - Educação - Design de interação - Design UX.

(* Youngwan Pan: Prof, Dr, PAN is charge of interaction design lab in Kookmin University and cofounder of UXPA(User Experience Professional Association) in Korea. He is also vice dean of Graduate School of Techno Design in Kookmin University and president of Korean Service Design Council. He published more than 200 journal papers and proceeding papers and got more than 30 patents in this area. He also worked with many companies (Samsung Electronics, LG, KT, SKT, Midea, etc and many start-up companies etc) and government organizations in UX design and service design areas. He was also a visiting professor Tsinghua University and a director in China UX Organization. His Interesting topics are Experience Strategy, Design Transformation, Service Design Frameworks, Design for Health, City UX Design and Media Experience Design.

As Testemunhas de Jeová: a recepção da mensagem religiosa através das mídias

Cleiton Hipólito Alves, Fernanda Francisca
Rosa Moraes e Heliana Marcia Santos (*)

Actas de Diseño (2023, abril),
Vol. 43, pp. 271-280. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2020
Fecha de aceptación: agosto 2021
Versión final: abril 2023

Resumo: Este artigo propõe um recorte de Trabalho de Conclusão de Curso em Produção Publicitária apresentado no Instituto Federal do Sul de Minas Gerais. Este estudo aborda a identificação das mensagens transmitidas pelas Testemunhas de Jeová, foram analisadas as peças gráficas impressas e digitais. Foi verificado a importância do Planejamento Estratégico em Design para o desenvolvimento do Projeto Gráfico Visual utilizado como suporte para a transmissão e compreensão das mensagens elucidadas tanto para o público das Testemunhas de Jeová quanto de outras religiões. Os resultados apresentados mostraram que as mensagens atingiram de formas diferentes seus entrevistados, o Design foi fator decisivo.

Palavras chave: Comunicação – Design Gráfico – Religião – Mensagem – Impressos.

[Resúmenes en inglés y español en la página 280]

1. Introdução

As Testemunhas de Jeová são conhecidas mundialmente por serem um grupo religioso que prega a palavra de Deus por meio de vários métodos, usando desde a Bíblia a outras publicações. A pesquisa consistiu em entender como elas atingem um público mundial usando suas publicações gráficas e digitais para transmitir sua mensagem, as técnicas de abordagem e quais resultados obtêm. As Testemunhas de Jeová produzem publicações em mais de 750 idiomas, com uma equipe internacional de redatores, tradutores e diretores de arte. Todos são Testemunhas de Jeová e prestam serviço voluntário. Em 2013 em torno de 2700 tradutores trabalharam em mais de 190 lugares. Possuem uma equipe internacional de pessoas que trabalham para abordar assuntos multicultu-

rais que atraem o interesse de leitores de todo o mundo. O texto original é feito em inglês, a sede mundial fica nos EUA, com Departamento de Arte sediado no Centro Educacional da Torre de Vigia, em Patterson, Nova York. Os conteúdos são construídos a partir de um texto que, depois de composto, é editado e traduzido. Depois é enviado para outros países que traduzem com exatidão as palavras utilizadas, para transmitir o sentido exato do texto original para a língua-alvo. As Testemunhas de Jeová desenvolveram um sistema de editoração eletrônica multilíngue, o MEPS (Sistema Eletrônico de Fotocomposição Multilíngue) que tem compatibilidade com vários idiomas. São feitos vários esforços para que a mensagem traduzida tenha o mesmo sentido em línguas diferentes.

Os conteúdos de todas as publicações são baseados na Bíblia, com um estudo aprofundado. Tudo é produzido pelas Testemunhas de Jeová, até mesmo o Projeto Gráfico Visual das publicações. As ilustrações e fotografias também são produzidas pela equipe, mesmo quando a sessão de fotos é externa. As fotos são submetidas a tratamentos para obter o efeito que seja compatível com o Projeto Gráfico Visual. O trabalho fotográfico se inicia com a leitura do artigo temático. A partir disso criam e apresentam o projeto gráfico visual para uma comissão que escolhe o *Design* com a ideia a ser transmitida. As pessoas fotografadas são todas Testemunhas de Jeová, mesmo quando estão no papel de algum personagem. Cada detalhe é planejado para deixar a cena o mais real possível. O figurino e a maquiagem entram no projeto. Para isso são realizadas pesquisas, pois alguns cenários são de épocas e tempos bíblicos, tudo precisa estar adequado à situação. A cena deve estar bem composta para transmitir o sentimento que se objetiva na cena, pois, além de fotos, as Testemunhas de Jeová produzem filmes e vídeos.

O método de transmitir a sua mensagem é levando pessoalmente, de casa em casa, os materiais gráficos e a realização da abordagem das pessoas nas portas de suas casas ou em algum local público informalmente, com a proposta de tocar o íntimo pessoal e levar a pessoa à reflexão através das mensagens interpretadas. A publicações utilizadas são:

- Revistas: A Sentinela e Despertai!;
- Livros e brochuras;
- Vídeos;
- Música;
- Peças teatrais em áudio;
- Leituras bíblicas dramatizadas;
- Apostilas para uso dos fiéis;
- Biblioteca *On-line* e aplicativo *JW Library*;
- Site Oficial.

O site trata de diversos assuntos e possui publicações que podem ser baixadas em vários formatos para leitura, como PDF e EPUB. É disponibilizado também áudio em formato MP3 e vídeo em MP4. Ao contrário da maioria dos métodos de comunicação em massa, todas as ferramentas consideradas aqui ajudam a levar a mensagem através da abordagem pessoal. As Testemunhas de Jeová são um grupo religioso que possui uma forma peculiar de divulgar sua mensagem. Existem cerca de 8.457.107 milhões de Testemunhas de Jeová no mundo, de acordo com o site *JW.ORG*. Este número considerável chama a atenção e por esta razão justifica-se o estudo para descobrir como elas atingem as pessoas de maneira eficaz. Possui grande importância por se tratar de tema religioso pois há um grande preconceito com algumas religiões e muitas pessoas não conhecem as Testemunhas de Jeová nem o que fazem estrategicamente. Ou seja, a decisão de realizar o estudo foi com o intuito de mostrar que as Testemunhas de Jeová utilizam e propagam mensagens considerando a importância de uma boa comunicação, teorias da Comunicação e *Design*, que os estudos aplicados contribuem para o sucesso da recepção e interpretação

de sua mensagem, o seu grande objetivo.

As Testemunhas de Jeová não vendem suas obras ou materiais, apenas divulgam a mensagem a quem quer ouvir ou ler as publicações. Todo serviço prestado é voluntário e a obra é financiada por donativos voluntários feitos pelas Testemunhas de Jeová ou por quem deseja contribuir sem quantia específica, cada um contribui com qualquer valor. De acordo com o site "Mundo Estranho" (2018), a revista de maior circulação no mundo é "A Sentinela", publicada pelas Testemunhas de Jeová, sendo que a tiragem ultrapassa 40 milhões de exemplares bimestrais. Existem dois tipos de público-alvo que recebem o conteúdo das Testemunhas de Jeová: aqueles que já são adeptos da religião e o público externo que vai receber a mensagem e que pode vir a se tornar um fiel. O problema é entender o tipo de mensagem destinada a cada um, analisar e compreender se existe diferença na recepção desta mensagem por parte de cada público, levando em consideração o Projeto Gráfico Visual desenvolvido. Oliveira Netto (2008, p. 63) diz que as "pesquisas científicas são iniciadas a partir de um problema ou pergunta, indagação. O termo é envolvido por diferentes acepções, o que torna a tarefa de conceituá-lo difícil". Sendo assim, as hipóteses levantadas são de que as Testemunhas de Jeová recebem a mensagem de modo muito íntimo, pessoal, para divulgar posteriormente ao público. Já o público pretendido recebe a mensagem somente para si, de forma impessoal, podendo se tornar fiel ou somente receber a mensagem, havendo então diferença na recepção e interpretação da mensagem pelos dois públicos-alvo, sendo o *Design* um influenciador.

2. Os Veículos de Comunicação das Testemunhas e suas Características

Cabe aqui uma descrição sucinta de cada publicação, visto que o foco do estudo é compreender a eficiência e o modo como a mensagem chega aos fiéis e não fiéis, através do *Design*.

2.1 Jornal

Em 1903, Dr. Ephraim L. Eaton, porta-voz de um grupo de ministros protestantes da Pensilvânia, desafiou Charles Taze Russell, um jovem cético, para debates bíblicos. Ele escreveu que seria de interesse público algumas questões e então providenciou que fossem publicados em um importante jornal da época, o *The Pittsburgh Gazette*. Eram populares os artigos publicados neste jornal e os debates escritos pelas Testemunhas de Jeová eram tão convincentes que o jornal publicou toda semana as palestras. Assim, outros jornais fizeram o mesmo. Ao todo, foram 11 jornais. Em poucos meses, cerca de 400 jornais publicaram as palestras. Em 1914, o número ultrapassou 2000 jornais em quatro idiomas, publicando os sermões e artigos das Testemunhas de Jeová. Em 1916 a publicação em jornais foi completamente interrompida, pois a Grande Guerra assolava o mundo e dificultou a aquisição de materiais para impressão, além do aumento de preço do papel e a morte de Russell, em 31 de outubro de 1916.

2.2 A Sentinela

A famosa revista “A Sentinela” foi publicada em julho de 1879 e o primeiro número em português foi publicado em 1923. Desde o primeiro número, é publicada sem interrupções até hoje. É uma revista que não tem publicidade nem preço de venda. Seu objetivo é transmitir o que a Bíblia diz sobre o reino de Deus. É direcionada para quem tem algum respeito por Deus e pelas escrituras, ou para quem tem algum conhecimento da Bíblia, mas não entende seus ensinamentos de forma apropriada. A publicação é mensal, com um número direcionado para os fiéis e uma tiragem direcionada para o público em geral. Seu Projeto Gráfico e Editorial faz uso de elementos modernos como infográficos ilustrados, box de texto com uso de imagens, uso de fotografias e ilustrações emotivas inseridas em objetos abstratos, explora o uso de cores de acordo com a harmonização e colorimetria das imagens inseridas. Compõe com uso de projeto editorial tendencioso ao *clean* mas tradicional, geométrico através do uso de grid simétrica, sem uso de exageros, equilibrado. Explora cores para destacar pontos de atenção e grafismos com formas básicas, olhos de texto e títulos. Faz uso ponderado de texto e imagem, tipografia moderna e mista com aplicação de tipografia serifada, sem serifa para textos curtos, box e intertítulos, trabalhando elementos de forma leve, facilitando a leitura e compreensão.

2.3 Desperta!

Publicada inicialmente sob o nome *The Golden Age* (A Idade de Ouro) em setembro de 1919, teve seu nome alterado para “Consolação” em 1937 e publicada em português em 1938. Em 1946 passou a ter o nome de “Desperta!”, que permanece até hoje. Foi publicada com o intuito de atrair as pessoas mostrando que o reino de Deus é a única esperança para a humanidade. Feita para atrair o público em geral e para quem tem pouco ou nenhum conhecimento da Bíblia, argumenta aos leitores que o Deus verdadeiro existe e que as Testemunhas de Jeová são diferentes de outros grupos religiosos. Trata de assuntos gerais, natureza e ciência, ajuda as pessoas a terem fé em Deus e destaca a Bíblia como tendo valor prático. Enquanto “A Sentinela” é mensal a “Desperta!” é bimestral. Possui Projeto Gráfico e Editorial similar à revista “A Sentinela”, mesma Tipografia, mas com o diferencial de explorar maior uso de imagens sendo estas modernas e atuais, sem características emotivas, grafismos, ícones, menos inserção de textos, infográficos e boxes valorizados, maior paleta de cores, grids assimétricas e variadas, uma diagramação mais despojada, moderna e cativante.

2.4 Livros

Desde 1914 as Testemunhas de Jeová produziram mais de 100 livros sobre assuntos da Bíblia. Os livros treinam publicadores e ministros para ajudar as pessoas a entenderem os ensinamentos da Bíblia. Eles são publicados para os fiéis e para os interessados que querem aprender mais a respeito da Bíblia, assim como o livro “Você pode entender a Bíblia!”. Podem fazer um estudo dele junto com as Testemunhas de Jeová ou apenas lê-lo sozinho. O método de ensino utilizado é feito através de perguntas e respostas. Os

livros se utilizam do planejamento estratégico do Design aplicado às revistas acima, a depender do tema abordado na publicação: se o assunto é mais moderno, utiliza-se o mesmo Projeto Gráfico e Editorial da revista “Desperta!”. Se o conteúdo é mais formal e tradicional, utiliza-se o Projeto Gráfico e Editorial da revista “A Sentinela”. Através desta observação foi verificado que o aproveitamento do Projeto Gráfico e Editorial em todas as peças gráficas impressas permitiu maior unidade e padronização, agindo a favor da institucionalização de sua Identidade.

2.5 Folhetos Cartões de Testemunho

A partir de 1933 foram utilizados Cartões de Testemunho no formato 80x130 mm, que eram entregues de casa em casa. Neles continham uma breve mensagem com indicações de textos bíblicos. Eram pequenos e fáceis de entregar para as pessoas, pois faziam o uso de uma mensagem breve e objetiva. Dão prioridade ao Projeto Gráfico e Editorial desenvolvido para a revista “Desperta!”, sendo mais despojado e moderno.

2.6 Internet

O número de pessoas que têm acesso à internet e a dispositivos eletrônicos aumentam a cada dia. Isso provocou mudanças no modo como as pessoas recebem mensagens e informações. O site *JW.ORG* é um meio de comunicação em massa que as Testemunhas de Jeová usam desde 1997. Em 2013, o site oficial *JW.ORG* foi disponibilizado para cerca de 300 idiomas. O conteúdo de mídia do site pode ser baixado em vários formatos e línguas disponíveis. Possuindo o formato Portal, é ricamente ilustrado com imagens e cores, todos baseados nas publicações impressas.

2.7 Vídeos

O site *JW.ORG* e o aplicativo *JW Library* contém vídeos e filmes que podem ser assistidos e baixados. Os vídeos possuem os temas: Crianças, Adolescentes, Família, Programas e Eventos, Nossas Atividades, Nossas Reuniões e Obra de Pregação, Nossa Organização, A Bíblia, Filmes e Músicas, Entrevistas e Casos Reais. Os filmes têm duração de 30 minutos a 2 horas em média. Os outros são vídeos são produzidos no formato curta-metragem, entre 1 a 30 minutos. As Testemunhas de Jeová produzem a “TV JW”, um programa espiritual online, mensal, para a família, com duração média de 1 hora.

2.8 Bíblia

Todas as publicações citadas acima são totalmente baseadas na Bíblia. As Testemunhas de Jeová utilizam seus veículos junto à Bíblia para transmitir as mensagens. Usam apenas o que é citado na Bíblia. A entidade legal que produz as publicações e também a Bíblia é chamada desde 1896 de “Sociedade Torre de Vigia de Bíblias e Tratados”.

3. O Departamento de Arte

O Departamento de Arte foi criado há quase 40 anos. Uma equipe de artistas já trabalhava criando gravuras e tipografias na época do “Fotodrama”. Hoje é dividido em equipes, assim como em uma agência de publicidade,

sendo compostas por fotógrafos, ilustradores, cenógrafos, figurinistas, maquiadores e diretores. O Departamento de Redação envia uma prévia do texto e três pessoas analisam o tema para desenvolver um Projeto Gráfico Visual. As ideias são esboçadas e desenvolvidas para que a equipe tenha uma visão geral do projeto, para que saia conforme planejado. O planejamento estratégico de design é claro e simples, para ser ajustado a todas as línguas. O Projeto Gráfico é apresentado para uma comissão de redação que analisa e faz ajustes. Após a ideia ser aprovada inicia-se a produção. Pesquisas são fundamentais para retratar a época e o local que se pede no texto. Tema, ideias de figurino, cenário e iluminação, todos estes elementos são usados para contar a história e transmitir a mensagem através do suporte imagético proporcionado pelo projeto gráfico visual.

O Departamento de Arte das Testemunhas de Jeová então usa de programas 3D, recursos digitais, fotografias manipuladas ou materiais de desenho e pintura, trazendo calma ou emoção, a depender da temática. No site das Testemunhas de Jeová está publicado um vídeo mostrando o Departamento de Arte e como são criados os conteúdos e também a gráfica onde são confeccionadas as publicações impressas.

4. Referencial Teórico

Este trabalho possui embasamento no livro de Martín Barbero “Dos meios às Mediações” e em estudos sobre a Teoria da Recepção. Alguns artigos e autores consultados são citados no texto como referência. Viviane Borelli (2010) explica que as práticas religiosas mudaram, pois, a técnica entra como fator, além da sociedade e a mídia. As religiões mudaram suas estratégias e sua organização, se estruturando com divulgações em variadas mídias, além de dispositivos que usam dentro e fora dos templos, fazendo agora o uso de novas tecnologias. A mídia atual permite uma proximidade maior com os fiéis. O campo religioso acaba se reestruturando para acompanhar a sociedade, para manter e conquistar novos fiéis. As mídias podem influenciar as religiões por determinar o modo de acesso “ao reino”, isto causa impacto nas religiões e na sua organização.

Vejamos o conceito de dispositivo. Para Michel Foucault (1997) o dispositivo é uma ligação entre diferentes elementos, como sujeito e fenômeno social, discurso e prática, ideias e ações, atitudes e comportamentos. É um mecanismo de poder e de relacionamentos, que se multiplicam no nosso meio. Para Foucault as ações são compreendidas em conjunto e não no sujeito individual, ou seja, nos dispositivos onde cada um faz sua parte ou função. No campo religioso a mídia como meio de comunicação é um dispositivo tecnológico que produz e reproduz uma mensagem, que produz os sentidos. Para Ferreira, o “dispositivo não é nem o simbólico, nem o técnico, mas o que surge entre ambos – os objetos emergentes” (FERREIRA, 2003, p. 6). Ele considera que o dispositivo envolve vários elementos, e os discursos que deles surgem geram sentidos com interação e contato. Os dispositivos midiáticos representam a ampliação de

coisas que o fiel tem com a religião. A partir disto cada pessoa elabora um conceito sobre o modo como irá demonstrar sua fé. Cada pessoa consome de uma forma o que é oferecido pela religião, até mesmo a frequência e lugar. Portanto a religião está em processo contínuo de midiatização e faz uso das novas tecnologias, fazendo proveito também das Teorias e Estratégias de Design em sua Comunicação, enquanto os estudos de recepção também exigem novas experimentações teórico-metodológicas. Borelli (2010) diz, “nota-se que o campo religioso tem experimentado mudanças em seus modos de expressão adotando um outro modo de funcionamento que remete a uma midiatização de seu campo”. Vemos isto nas Testemunhas de Jeová, que acompanham a evolução da tecnologia e também adotaram a midiatização de seus meios de divulgação, usando dispositivos eletrônicos, site, *broadcasting*, vídeos passados em telão nas reuniões e encontros, tudo isso para facilitar a compreensão dos fiéis. Borelli (2010) explica que estamos em uma nova cultura proporcionada pela mídia, que gera interações sociais e produção de sentidos. Os dispositivos geram novas formas de interação e contato refletindo na forma como os receptores vão se relacionar com a mensagem. A religião usa vários dispositivos que facilitam a produção e a recepção da mensagem, pois eles ligam dois sujeitos, fazendo o contato entre o mundo da fé e do fiel. Para estudar o processo da Recepção e da influência do *Design* na mensagem foi preciso compreender os processos midiáticos, seus dispositivos e sujeitos.

4.1 Recepção da Mensagem Religiosa

Em seu artigo, Simone Gonzales Sagrilo (2009) explica que os fatores que fazem o leitor receber uma mensagem são apontados pela sociologia da literatura, como cultura, religião, família e amigos, etc. Estes fatores são as mediações. As mediações são lugares onde nascem os fatores que “limitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da [mídia]” (Martín-Barbero, 1987: 233). Os mediadores estão ligados ao leitor. Para que a recepção aconteça eles devem estar presentes no processo. O processo de recepção e comunicação depende do modo de interação do meio. A mensagem está ali, mas precisa de uma interação com o meio e suporte para que o receptor receba a mensagem. Para Martín Barbero (1992) a recepção midiática é um processo de interação entre o emissor e receptor, baseados nas mediações. “O espaço entre o emissor e receptor são as mediações” (BARBERO, 1992, p. 20). Quando o leitor recebe a mensagem, atribui um significado a partir de sua cultura, valores, influências e cotidiano, que podem ser diferentes dependendo do sentimento no momento, ou seja, as mediações são influenciadoras. E depende também do modo de interação entre aquela mensagem e o receptor. O leitor baseia suas experiências e seus sentimentos ao que leu, cria uma nova realidade ou atribui algum significado. (ZILBERMAN, 1989, p.50). As Testemunhas de Jeová, ao transmitirem a mensagem para uma pessoa, apresentam um texto e raciocinam com ela, além de trocarem ideias. O leitor não é obrigado a ouvir e nem é manipulado, apenas aceita ou não. Ao aceitar, ele ouve a mensagem e a partir daí ele cria referências de acordo com seu conhecimento adquirido,

por seus valores e costumes. Ele vai atribuir um valor que se encaixa na sua vida. As Testemunhas de Jeová apenas transmitem a mensagem, cabendo ao receptor atribuir um próprio significado, a partir do que ouviu e leu. A religião é a mediação, os meios de comunicação servem de mediadores, suporte, e as próprias Testemunhas de Jeová são também mediadoras, pois facilitam a compreensão do que estão transmitindo com o auxílio de suas peças gráficas. A compreensão de uma obra ou texto depende do conhecimento prévio do leitor e de sua sensibilidade como tema. As testemunhas de Jeová ao conversarem com uma pessoa, iniciam um diálogo espontâneo, se apresentando. Assim, logo de início podem identificar e analisar qual mensagem e método vão se adaptar melhor para aquela pessoa, podendo tocar seu coração. Também leem um texto da Bíblia e deixam alguma publicação impressa para a pessoa ler em outro momento quando puder, contando com o auxílio da estratégia do planejamento em *Design* adotado na peça para motivar a pessoa à leitura. As imagens emotivas neste momento, a depender do psicológico da pessoa, é de fundamental importância para realizar a aproximação da mensagem com o objetivo persuasivo. A importância de ler a Bíblia é mostrar que a mensagem dita é baseada na Bíblia. Todas as publicações citam textos da Bíblia, fazendo o leitor dar créditos a ela quando ler a publicação. O texto apresentado, a comunicação entre as Testemunhas de Jeová e as pessoas trazem uma nova fonte de conhecimento e outra forma de vida e de costumes. Fazem com que a pessoa conheça algo diferente que, às vezes, vai totalmente contra o que acredita e pratica. O leitor passa a entender seu papel na sociedade podendo se questionar. Há uma interação na troca de conceitos e ideias e uma socialização. (BORDINI E AGUIAR, 1993, p. 9). Nas análises feitas nesta pesquisa também ocorre uma troca de ideias e interação entre os fiéis e não fiéis.

4.2 Meios e Mediações na Religião

Por meio do artigo de Magali Nascimento Cunha, "Elucidaciones contemporáneas nos estudos brasileiros em mídia e religião: a perspectiva das mediações culturais e comunicacionais", entenderemos sobre meios e mediações, baseados em Martín Barbero. Cunha explica que Martín Barbero propõe deslocar a análise de processos comunicacionais dos meios de comunicação e produção de sentido para as mediações (2016, p. 2). As mediações contêm três lugares fundamentais que são: cotidianidade familiar, temporalidade social e competência cultural. A cultura é mediação-chave de todos os processos sociais e para haver relações deve ter três mediações: socialidade, ritualidade e a tecnicidade. Essas mediações dão sentidos para as relações e as mídias os possibilitam. Compreende-se a sociabilidade como práticas do cotidiano; ritualidade que são as rotinas de uma pessoa ou grupo, e costumes ou práticas diárias que se repetem; e a tecnicidade é a técnica que se constrói a comunicação e forma outras socializações.

O processo de comunicação e as mídias estão em mudança, a forma com que divulgam sua mensagem através de mídias e práticas estão evoluindo. Barbero (1987) fala de três tipos de mediações que influenciam a recepção de uma mensagem através dos meios, que são: a cotidia-

nidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural. A relação familiar é para ele a mediação mais importante. Ele transforma essas mediações em 1990, na socialidade, ritualidade e tecnicidade, que agora centraliza-se nos meios ao invés de ser na recepção e consumo (Martín-Barbero, 2004, p. 229).

O receptor é produtor de significados, e as mediações interferem em como alguém recebe a mensagem. O mediador religioso é intermediário, e as mediações são as ações que causam interferência entre um mediador para ocorrer um entendimento entre os indivíduos. As mídias feitas pelas Testemunhas de Jeová se tornam mediadoras de uma comunidade que as consome, que por sua vez as distribuem para outra comunidade, que são os não fiéis, isso possibilita a aproximação com a religião através dessas mídias. O planejamento de *Design* por consequência também atua como suporte à mediação, tornando-se então, um mediador. Não considerando um apelo, mas o fácil acesso em que as Testemunhas disponibilizam para o mundo todo. Em resumo, midiaticização é quando se divulga na mídia, pelos meios de Comunicação. Vimos, portanto, que as Testemunhas de Jeová já estão neste processo, e as mediações são as mídias religiosas que fazem acontecer a recepção da mensagem. São mediadas pelo cotidiano, que é onde acontecem as comunicações e relações sociais (BARBERO, 1997). As Testemunhas de Jeová possuem sua própria estratégia, as mídias não substituem a adoração presencial, uma vez que se reúnem como grupo. Estudam e planejam métodos e estratégias, tanto de abordagem quanto de *Design* e Comunicação. Telões, sites, sistema de som, aparelhos modernos, vídeos e filmes compõem os instrumentos midiáticos de uma Igreja. Mas não são itens principais, são facilitadores, que intensificam a pregação e a divulgação da mensagem. Usam a tecnologia como forma de acompanhar as evoluções da mídia eletrônica e facilitar acesso dos fiéis e não fiéis ao seu conteúdo de forma rápida e simples.

5. Objetivos

O objeto de estudo analisado foram as pessoas componentes da vertente religiosa Testemunhas de Jeová e as peças gráficas utilizadas como suporte. Primeiramente foram descritos alguns dados da religião como: número de fiéis pelo mundo, os tipos de veículos de comunicação utilizados e a forma como produzem seus conteúdos. Informações importantes que serviram de base para o desenvolvimento do trabalho e investigação.

5.1. Objetivo Geral

O estudo objetivou identificar e averiguar como a mensagem das Testemunhas de Jeová foram transmitidas e recebidas pelo público, fiel e não fiel, com o suporte de suas peças gráficas.

5.2. Objetivos Específicos

- Compreender de que forma as publicações atingem a mente e o coração dos fiéis e não fiéis;
- Analisar como é a recepção da mensagem pelos dois públicos, fiéis e não fiéis;

- Apresentar a forma como as Testemunhas de Jeová divulgam sua mensagem religiosa para o público e como elas próprias recebem esta mensagem comparando com os não fiéis.

6. Materiais e Métodos

Para o desenvolvimento deste trabalho, foi realizada pesquisa bibliográfica e a aplicação de pesquisa qualitativa. Justifica-se o uso destas metodologias por serem o modo em que se pode compreender o grupo estudado, identificando e conhecendo seus costumes e modos. Foram realizadas pesquisas bibliográficas em livros e em artigos sobre a recepção da mensagem, almejando entender como as mensagens foram divulgadas e quais os meios e mediações. Sobre a pesquisa qualitativa, o método escolhido foi o descritivo. O objetivo da pesquisa qualitativa foi descrever as características do grupo ou de uma comunidade, no caso os fiéis e não fiéis das Testemunhas de Jeová para o estudo em questão. A descrição se baseou nas perguntas feitas no Grupo Focal e Entrevista em Profundidade. O pesquisador realizou um estudo detalhado com coleta de dados, análise e interpretação sem sua interferência ou interação. O método descritivo permitiu conhecer o grupo em questão e escrever com exatidão as informações colhidas a partir de suas características, preparação dos fiéis, seus valores e seus membros. Também avaliou a relação entre o emissor e receptor e como as peças gráficas ajudaram na transmissão da mensagem para os dois públicos. Para conseguir as descrições citadas foram usadas as técnicas de pesquisa de Grupo Focal e Entrevista em Profundidade que foram baseadas nas teorias de Estudos da Recepção e Dos Meios e Mediações, com perguntas e respostas espontâneas.

A técnica Grupo Focal foi aplicada no Grupo 1, Fiéis, uma amostra das Testemunhas de Jeová, composta por 15 pessoas. Este grupo forneceu respostas que serviram para avaliar como aconteceu a recepção da mensagem pelos fiéis. É uma técnica intermediária entre a observação e as entrevistas em profundidade, um recurso para entender as percepções, atitudes e representações sociais em grupos e como são construídas. Para esta pesquisa os participantes convidados passaram por uma entrevista individual, foram informados sobre como a pesquisa seria feita e do que se tratava. O entrevistador fez observações sobre os participantes e anotações. O grupo focal foi escolhido por ser a técnica que identifica melhor a opinião de uma comunidade por discussão do assunto, pois os indivíduos interagem e se expressam de modo espontâneo, de acordo com suas experiências adquiridas na vida e no ambiente em que estão inseridas.

A entrevista em profundidade foi feita com o Grupo 2, Não Fiéis, através de perguntas e respostas espontâneas. As perguntas foram as mesmas feitas para o Grupo Focal. Esta técnica forneceu respostas que serviram para identificar como os Não Fiéis receberam a mensagem das Testemunhas de Jeová. O método descritivo foi aplicado na entrevista em profundidade para descrever como cada participante reagiu diante da mensagem recebida.

Para isto o entrevistador levou em conta seus valores, cultura, ambiente social, percepções e crenças. A entrevista em profundidade foi feita com pessoas aleatórias, que pertencem a vários outros grupos, com diferentes culturas, religiões e valores. A descrição foi feita com cada participante e com suas respostas individuais, para juntá-las e analisá-las ao final. Isto permitiu obter informações e ter uma melhor compreensão da opinião dos Não Fiéis. A Entrevista em Profundidade foi escolhida para o Grupo 2, Não Fiéis, porque é um tema sensível e de opinião pessoal para quem Não é Fiel e, ao serem entrevistados individualmente, puderam responder livremente às questões sem constrangimento. O Grupo Focal poderia inibi-los na frente de outros que são desconhecidos, impossibilitando de dar sua opinião pessoal de forma imparcial. Foi exibido durante a entrevista as peças gráficas, o site oficial e alguns vídeos para quem não conhecia as Testemunhas de Jeová. Isto foi positivo para as pessoas que consideravam a religião antiquada, que não faz uso de tecnologias.

6.1 Amostragem

Por meio da observação do Grupo Focal e Entrevista em Profundidade se obtiveram as respostas e dados. A amostragem aconteceu por método não-probabilístico, com amostragem intencional, dirigida a dois grupos de 15 pessoas em cada um, Grupo 1 Fiéis e Grupo 2 Não Fiéis, através da entrevista. A abrangência foi a cidade de Itaú de Minas/MG, com pessoas que moram em diferentes bairros da cidade, pois todos são visitados pelas Testemunhas de Jeová.

O Grupo 1 foi composto por Testemunhas de Jeová, homens e mulheres entre 16 e 60 anos que frequentam as reuniões e divulgam a mensagem de casa em casa ou por qualquer um dos outros métodos utilizados. A técnica usada foi Grupo Focal com 15 pessoas. O Grupo 2 foi composto por pessoas que não são Testemunhas de Jeová, mas que receberam a mensagem e tiveram contato com as publicações e a mensagem divulgada. Foi formado por homens e mulheres de diferentes faixas etárias, escolaridade e nível social. A técnica usada foi Entrevista em Profundidade, com 15 pessoas que responderam às mesmas perguntas feitas para o Grupo 1 Fiéis, a fim de ser imparcial na pesquisa e não favorecer nenhum grupo.

6.2 Instrumento de Coleta de Dados

O método utilizado na coleta de dados foi o descritivo. O modo descritivo compreendeu o entrevistado para descrever suas atitudes, comportamentos e ideias. O entrevistador fez esta descrição de acordo com a teoria que embasa a pesquisa. Algumas perguntas foram inseridas ou melhoradas de acordo com o engajamento do grupo, com anotações e gravação de áudio. O objetivo da pesquisa ficou claro para os dois grupos, identificando o tema e assunto, sendo assim é um conteúdo não disfarçado. A entrevista semi-estruturada foi usada como técnica de coleta de informações no grupo focal e na entrevista em profundidade. Foram feitos questionamentos básicos durante as entrevistas e uma abertura para a espontaneidade, sem sair da linha de raciocínio, com total liberdade para expressão

de opiniões a fim de contribuir com o conteúdo da pesquisa e verificação da influência das peças gráficas. O pesquisador como observador é outro método de coleta de dados, onde buscou informações na comunidade e procurou pelas pessoas para responder a entrevista, que dispunham de tempo para isto. Portanto, os questionamentos básicos para os dois grupos foram respondidos através dos métodos de Coleta de Dados com entrevista semi-estruturada, tendo o pesquisador como observador. As perguntas que guiaram a entrevista no grupo foram:

6.2.1 Grupo Focal (Grupo 1 Fiéis)

- 1 - O que acha da mensagem divulgada?
- 2 - O que te chama atenção?
- 3 - O que acha dos métodos usados pelas Testemunhas de Jeová?
- 4 - Como as testemunhas abordam as pessoas e divulgam a mensagem para o público?
- 5 - Como atingem as pessoas?
- 6 - Por que considera importante receber a mensagem individualmente?
- 7 - Considera importante se reunir nas congregações?
- 8 - As mídias e os meios eletrônicos substituem as reuniões ou só as complementam?
- 9 - As mídias utilizadas facilitam a compreensão?
- 10 - Qual a diferença em receber a mensagem individualmente e em grupo?
- 11 - O que te chama atenção quando está ouvindo uma mensagem ou quando está aprendendo algo novo?

6.2.2 Entrevista em Profundidade (Grupo 2 Não Fiéis)

- 1 - O que acha da mensagem divulgada?
- 2 - O que te chama atenção?
- 3 - O que acha dos métodos usados pelas Testemunhas de Jeová?
- 4 - Como as testemunhas abordam as pessoas e divulgam a mensagem para o público?
- 5 - Como atingem as pessoas?
- 6 - Por que considera importante receber a mensagem individualmente?
- 8 - As mídias e os meios eletrônicos substituem as reuniões ou só as complementam?
- 9 - As mídias utilizadas facilitam a compreensão?
- 11 - O que te chama atenção quando está ouvindo uma mensagem ou quando está aprendendo algo novo?

(As perguntas 7 e 10 não foram realizadas por não participarem da Congregação)

6.3 Procedimentos

6.3.1 Grupo Focal (Grupo 1 Fiéis)

O grupo focal foi realizado no Salão do Reino das Testemunhas de Jeová na cidade de Itaú de Minas/MG. O grupo sentou-se de forma circular, em cadeiras, como roda de conversa, com a entrevistadora. A duração foi de 1h10min. Durante a aplicação da entrevista do Grupo Focal foram feitas anotações, uma descrição a partir das experiências vividas, assuntos do cotidiano, palavras usadas, ideias, comportamento na sociedade e em grupo, o seu meio físico, suas atividades específicas e seus diálogos. Também fazendo anotações de caráter reflexivo, onde cada

um desses itens citados acima pode levantar uma nova ideia ou hipótese, novas observações e análise. No Grupo Focal as anotações foram feitas para serem analisadas e comparadas com as respostas dos participantes.

6.3.2 Entrevista em Profundidade (Grupo 2 Não Fiéis)

A Entrevista em Profundidade foi feita nos bairros da cidade em uma quarta-feira e um domingo. Foram 5 pessoas na região central, 3 no bairro Jardim Progresso, 2 na Vila Santo Antônio, 3 no bairro São Lucas, 2 no bairro Maria. A duração diária das entrevistas foi de 2h no total. Na quarta foram visitadas 11 pessoas, o tempo gasto com cada entrevistado foi em média de 10 min. No domingo foram contatadas 4 pessoas, no total de 1h gasta, em média 15 min em cada entrevista. No domingo o número de pessoas entrevistadas foi menor, visto ser fim de semana, dias em que as pessoas aproveitam para dormir até mais tarde. As pessoas estão acostumadas a receberem as Testemunhas de Jeová de casa em casa, estando familiarizadas com este método, por isso as entrevistas em profundidade foram feitas do mesmo modo para que as pessoas tivessem a mesma sensação e respondessem com mais familiaridade às questões da pesquisa. As pessoas entrevistadas foram observadas pela emoção com que falaram, suas expressões e citações, além da observação quanto à reação ao folhearem as peças gráficas impressas. Na entrevista em profundidade cada um foi analisado individualmente, pois a entrevista teve que ser cuidadosa no modo de fazer as perguntas, sendo fáceis de serem compreendidas a fim de obter reações do entrevistado e suas emoções. Deste modo a entrevista em profundidade foi feita com atenção no entrevistado, observando suas reações e de acordo com as respostas se avaliava a possibilidade de novas perguntas ou hipóteses. A entrevista em profundidade foi fundamental na Coleta de Dados, necessários para a pesquisa. Foram entrevistados indivíduos de diferentes formações e religiões dando sua opinião em torno de um assunto. As entrevistas individuais possibilitam respostas claras e sinceras de pessoas que não fazem parte de um só grupo. Sendo assim todas as respostas foram avaliadas e analisadas para a Coleta de Dados.

6.4 Análise dos Dados

A análise de dados e a transcrição foram baseadas nas respostas dos participantes, da gravação em áudio e da observação realizada pelo entrevistador. As Testemunhas de Jeová entrevistadas pela técnica de Grupo Focal são envolvidas com a religião em grupo e individualmente, estudam e leem a Bíblia em qualquer momento do dia, seu modo de vida, rotina e costumes são baseados na Bíblia, não somente praticando a religião quando estão em um templo, mas também no seu dia a dia. Elas têm em mente a necessidade de divulgar a mensagem da Bíblia para todos. O que aprendem e ouvem nas reuniões, aplicam em sua vida e ensinam para outros. O que se conclui é que não é uma atividade ou sentimento passageiro, mas a mensagem que recebem tem efeito de longo prazo, não só ouvem, mas aplicam em sua vida, atribuem o significado e transmitem para outros, sejam seus irmãos na fé ou para outros que não são fiéis, por isso a mensagem é

recebida de forma intensa. Estudam sobre um assunto várias vezes para se aprofundarem em conhecimento. As mensagens não são só de interesse individual, mas também em grupo. Elas recebem a mensagem e compartilham sentimentos e conhecimento com os congregados na fé. E individualmente a mensagem que recebem fortalece a fé, como sendo respostas para a vida. Elas não ouvem a mensagem a fim de resolver e se consolar naquele momento, mas elas ouvem e gravam na mente e coração, pois se não estão passando por aquilo, em algum momento vão passar ou conhecer alguém que passe. Reforçando mais uma vez a intensidade com que os fiéis recebem a mensagem, aprendendo para si e para outros, assim como um professor, psicólogo, ou qualquer outro que tenha a necessidade de consolar e ensinar outros.

O problema deste estudo é a existência de dois públicos para as Testemunhas de Jeová, Fiéis e Não Fiéis, como as peças gráficas e a mensagem atingem os dois públicos. Constatou-se que a mensagem divulgada é a mesma, sendo a Bíblia e o conteúdo das peças gráficas um só, com o diferencial de que o projeto gráfico e o uso estratégico do Design ao projetar a peça influenciaram fortemente na percepção da mensagem e sua compreensão. Detalhes como cores e imagens observadas facilitaram o entendimento do sentimento da mensagem. Os métodos e a maneira como se divulga é que difere, ou seja, adaptada para a situação no momento, a pessoa e o ambiente em que se vive. O sentimento de quem recebe que é diferente. As Testemunhas de Jeová, como já explicado, por já se ter uma fé mais sólida recebem de forma mais intensa para passar o conhecimento a outros, reforçando sua fé conforme passa o tempo.

O público não adepto à religião recebe a mensagem por vários métodos. O mais usado é a pregação de casa em casa. Existe o testemunho informal, em locais públicos ou através de carrinhos com as publicações nos formatos impressos em locais de maior movimentação. Para atingir a mente e o coração de seus ouvintes, as Testemunhas de Jeová batem em sua casa e se apresentam, de modo educado, perguntam se podem deixar uma mensagem da Bíblia, de acordo com a resposta e situação da pessoa no momento. As Testemunhas de Jeová escolhem um texto que melhor se adapte a pessoa. Se a pessoa fala que está ocupada, que tem que ser rápido e que no momento está triste por ter um parente doente, logo as Testemunhas de Jeová se lembram de um texto que irá consolar a respeito da morte. Peças gráficas são produzidas especificamente para cada tipo de situação. A pessoa vai ouvir, ter sentimentos e atribuir significados. Pode ser que também não diga nada e não esteja passando por problema nenhum, apenas diz que pode ler, mas ouve e sabe de alguém que passe por aquilo, ou até já passou em outro momento da vida. Ou seja, as Testemunhas de Jeová entendem o poder que uma mensagem possui, elas compreendem as pessoas e leem algo apropriado para o momento. As palavras certas são ditas no momento certo. Isto justifica a importância do uso de um bom desenvolvimento de Projeto Gráfico e Editorial, fazendo todo o uso de suas Teorias e Estratégias, para que a mensagem tenha maior impacto e suporte no momento de sua leitura, atuando como dispositivo facilitador. O modo de casa em casa é

justamente para raciocinar junto com a pessoa, a comunicação acontece pelo modo como a mensagem é transmitida, e as Testemunhas são as mediadoras e facilitadoras da desta troca de sentidos.

A recepção da mensagem pelos Não Fiéis é recebida de maneira apropriada a fim de tocar seu coração. Nas entrevistas em profundidade foi constatado que elas recebem de maneira positiva, e algumas delas têm contato com alguma Testemunha de Jeová, ou são amigas, por isso simpatizam com elas. Também foi notada a experiência que tiveram em uma outra visita, foi um fator de decisão para receber as Testemunhas de Jeová novamente, pois receberam uma mensagem positiva, que as consolou. As peças gráficas impressas recebidas são fontes de informação e conhecimento, vêm citando textos bíblicos, onde as pessoas podem consultar em sua própria Bíblia e comparar a mensagem. Quem não tem tanto contato com as Testemunhas recebe por educação, recebem as publicações por ser uma fonte positiva de mensagem e informação, além de ser gratuita, algo que ajuda na divulgação de uma mensagem.

As publicações são gratuitas e da melhor qualidade, sua Composição Visual e Projeto Gráfico são bem elaborados, ilustrações e fotografias são feitas para atingir o público passando emoção e valor visual. Isso chama a atenção dos dois públicos. Um estudante que respondeu à pesquisa disse que as Testemunhas por serem um grupo religioso são bem atuais, e sua Identidade Visual e Projeto Gráfico são bem elaborados, vão de acordo com as regras do *Design*. Acha incrível ser gratuito. A mensagem funciona por serem disponíveis e passada do modo claro.

7. Conclusão

Conclui-se que as Testemunhas de Jeová não são individualistas, transmitem e divulgam sua mensagem a todos que querem ouvir, auxiliando na troca de experiências e vivência de cada um. A recepção da mensagem passada para os Fiéis é construída também por um grupo de Testemunhas de Jeová, que pesquisam o assunto de modo aprofundado, que pensam nos dois públicos. Os dois públicos aprendem e aceitam a mensagem com base em sua vida, cultura, experiências, cotidiano, e assim trocam essas experiências, atribuindo significado, pois as mediações e as mídias ajudam na recepção da mensagem. O receptor participa da mensagem e tem poder de produção, a recepção é mediada por práticas cotidianas que estão na vida cultural e social do receptor, as relações sociais ocorrem neste processo de recepção. Quando uma pessoa recebe uma Testemunhas de Jeová, ela já sabe que acontecerá troca de mensagem e que se estabelecerá uma relação ali, utilizando a peça gráfica como importante dispositivo de conexão, se sente à vontade para conversar, mesmo que não haja amizade. Quando alguém fala sobre Deus uma conexão acontece, pois é um assunto comum e sensível, deixando o receptor e emissor decidir ou não se quer discutir o assunto.

As Testemunhas e o público em geral são receptores, os Fiéis são também emissores. Eles produzem significados ao ler um texto, interpretam e comentam com outros, cada um com sua interpretação, forma-se uma rede de

significados para um determinado texto, que pode ser usado em diferente contexto. Os vídeos e demais peças são também mediações, pois produzem significados e símbolos, acontecendo face a face ou pelas mediações. O espaço entre receptor e emissor são as mediações, o modo de interação é como a mensagem será recebida, por isso várias mídias são utilizadas. O espaço simbólico media a relação entre emissor e o receptor. O religioso e a Igreja são a mediação, as Testemunhas de Jeová são mediadoras, que conecta elementos diversos, ponte que alcança um novo panorama a partir do primeiro, duas partes têm um ponto de referência em comum. As mediações articulam práticas de comunicação, movimento social e matrizes culturais. Quando parte dos meios às mediações, não centraliza a observação nos meios, mas amplia para as mediações e vemos isso acontecer entre as Testemunhas de Jeová. Os meios de comunicação são bastante usados pelas Testemunhas e ajudam no processo de elucidação, compreendendo a recepção da mensagem pelos Fiéis e Não Fiéis, as mediações interferem no modo como a mensagem é recebida. Esta pesquisa esclarece como as Testemunhas de Jeová propagam sua mensagem e concluímos que elas atingem seu objetivo, pois compreendem que mesmo no religioso existem regras e teorias que funcionam para a divulgação de uma mensagem, não sendo aleatória, mas estudada e bem elaborada. Da mensagem escrita até o Projeto Gráfico Visual. As respostas foram satisfatórias e comprovaram as hipóteses citadas, ficando aberto caminho para novas pesquisas.

A mensagem para Fiéis é transmitida de maneira mais intensa e aprofundada, pois possui linguagem usada por elas, algo com que já estão familiarizadas. Para Não Fiéis são transmitidos assuntos básicos de maneira simples. Os Fiéis, que são as Testemunhas de Jeová, recebem a mensagem de modo aprofundado, elas aprendem para ensinar outros. A recepção por parte deste público resulta de seu conhecimento prévio sobre o assunto, recebem de modo intenso, criam significados e interpretações. A diferença na recepção é por elas receberem a mensagem para ensinar. As peças gráficas funcionam como um auxílio complementar de grande importância. Estão em constante aprendizado. Os Fiéis recebem a mensagem de duas formas, individualmente e em grupo.

Os Não Fiéis recebem a mensagem de forma individual, a mensagem para eles é mais simples. A recepção por parte do público depende do emissor, que é uma Testemunha de Jeová, pois verá qual mensagem encaixa melhor para cada pessoa e situação. A recepção do público será diferente de acordo com seus valores e cultura. Os Não Fiéis recebem a mensagem individualmente, aplicando em sua vida, sem a necessidade de aprender para ensinar outros, diferente dos Fiéis. Os Fiéis interpretam melhor pelo seu conhecimento prévio, os Não Fiéis interpretam do seu modo, raciocinando sobre a mensagem apresentada. Neste sentido as peças gráficas funcionam como dispositivo fundamental, daí a sua importância no correto Planejamento de *Design*, pois não poderá haver falhas na recepção da mensagem. A mensagem para Fiéis é aprofundada, para os não fiéis são assuntos básicos para despertar o interesse na leitura. A entrevista em profundidade mostrou que as pessoas, algumas mais velhas, gostam de conversar e trocar ideias, a

maioria que atende conhece alguma Testemunha de Jeová. Já os mais jovens gostam de ter referências, principalmente os estudantes e universitários, razão esta pela escolha assertiva de um projeto gráfico tradicional, formal e outro projeto gráfico moderno e despojado, que converse com diferentes públicos, sendo atualizados assim como caminha a sociedade. O *Design* foi fator decisivo na interpretação das mensagens. Este trabalho contribuiu para o entendimento de como a religião fez uso do *Design* enquanto estratégia e planejamento da Comunicação e das Mídias.

Referências Bibliográficas

- Associação Torre de Vigia de Bíblias e Tratados. (2016). *O Reino de Deus já governa!. Brazilian Edition (Kr-T)*. São Paulo: Associação Torre de Vigia de Bíblias e Tratados.
- Barbero, J.M. (1997). *Dos Meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Baumann, Zygmunt. (2001). *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Bíblia. Português. (1969). *A Bíblia sagrada: antigo e novo testamento. Tradução de João Ferreira de Almeida*. Brasília: Sociedade Bíblica do Brasil.
- Bordini, Maria da Glória e Aguiar, Vera Teixeira de. (1993). *Literatura: a formação do leitor: alternativas metodológicas*. (2 ed.). Porto Alegre: Mercado Aberto.
- Borelli, Viviane. "Dispositivos midiáticos e as novas 'formas' do fenômeno religioso". In: Borelli, Viviane. (2010). *Mídia e religião: entre o mundo da fé e do fiel*. Rio de Janeiro: E-Papers (p. 15-30).
- Borelli, Viviane. (2010). *Midiatização, dispositivo e os novos contratos de leitura geram uma outra religião*. Universidade Federal de Santa Maria, RS.
- CUNHA, Magali Nascimento. (2016). Elucidações contemporâneas nos estudos brasileiros em mídia e religião: a perspectiva das mediações culturais e comunicacionais. *Rev. Famecos (Online)*. Porto Alegre, v. 23, n. 2, maio, junho, julho e agosto de 2016. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2016.2.22280>>. Acesso em: 12 mar. 2018.
- Ferreira, J. O. (2003). Conceito de Dispositivo: explorando dimensões de análise. In: *Ecós revista. Revista da Escola de Comunicação Social V.7, N.2, Jul.-Dez/2003* UCPel.
- Foucault, M. (1997b). Subjetividade e verdade. In: M. Foucault, *Resumo dos cursos do Collège de France* (pp. 107-116). Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Gomes, Pedro Gilberto. (2010). *Da Igreja eletrônica à sociedade em midiatização*. São Paulo: Paulinas.
- Minayo, Maria Cecília de Souza (org.). (2001). *Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade*. 18 ed. Petrópolis: Vozes, (Socióloga, Mestre em Antropologia, Doutora em Saúde Pública, Professora Adjunta do Departamento de Ciências Sociais da Escola Nacional de Saúde Pública/FIOCRUZ.)
- Oliveira Netto, A. A. de. (2018). *Metodologia da pesquisa científica: guia prático para a apresentação de trabalhos acadêmicos*. (3 ed.). Rev. e atual. Florianópolis: Visual Books.
- Romero, S. (2000). A utilização da metodologia dos grupos focais na pesquisa em psicologia. Em: H. Scarparo (Org.) *Psicologia e pesquisa: perspectivas metodológicas*. Porto Alegre: Editora Sulina, (p. 55-78).

Sagrilo, Simone Gonzales. (2009). *Estética da recepção e sociologia da leitura – uma obra, vários olhares*. In: Celli – Colóquio de Estudos Linguísticos e Literários. 3, 2007, Maringá. Anais. Maringá (p. 1004-1013).

Triviños, A. N. S. (1987). *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas.

Veiga, L. & Gondim, S.M.G. (2001). *A utilização de métodos qualitativos na ciência política e no marketing político*. Opinião Pública.

Zilberman, Regina. (1989). *Estética da Recepção e História da Literatura*. São Paulo: Ática.

Resumen: Esta ponencia propone un extracto del Trabajo de Fin de Curso en Producción Publicitaria presentado en el Instituto Federal del Sur de Minas Gerais. Este estudio trata de la identificación de mensajes transmitidos por los Testigos de Jehová, se analizaron las piezas gráficas impresas y digitales. Se verificó la importancia de la planificación estratégica en el Diseño para el desarrollo del Proyecto Gráfico Visual utilizado como soporte para la transmisión y comprensión de los mensajes aclarados tanto para la audiencia de los Testigos de Jehová como para otras religiones. Los resultados presentados mostraron que los mensajes llegaron a sus entrevistados de diferentes maneras, el Diseño fue un factor decisivo.

Palabras clave: Comunicación - Diseño Gráfico - Religión - Mensaje – Impresos.

Abstract: This article proposes an excerpt from the Course Conclusion Paper in Advertising Production presented at the Federal Institute of Southern Minas Gerais. This study deals with the identification of the messages transmitted by Jehovah's Witnesses, the printed and digital graphic media were analyzed. The importance of strategic planning in Design was verified for the development of the Visual Graphic Project used as a support for the transmission and understanding of the messages elucidated both for the audience of Jehovah's

Witnesses and other religions. The results presented showed that the messages reached their interviewees in different ways, Design was a decisive factor.

Keywords: Communication - Graphic Design - Religion - Message – Printed Media.

(*) **Cleiton Hipólito Alves**, Mestrando em Design pelo Programa de Pós-Graduação em Design da UNESP - Campus Bauru, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) (2020). Atualmente finalizando Pós-Graduação Especialização em Arte e Educação pela UNIASSELVI (2019-2020). Pós-Graduação Especialização em Metodologia e Didática do Ensino Superior, ministrado pela FESP - UEMG (2012-2013). Bacharel em Design com habilitação em Design Gráfico, Graduação pela UNIFRAN (2004-2008). Profissional em Design Gráfico e Comunicação desde 1997. Atua desde 2014 como Coordenador de Extensão e Docente no IFSULDEMINAS - Campus Passos. Foi Designer Gráfico na agência Multimarketing (2004-2013), Professor no Curso de Publicidade e Propaganda da FESP-UEMG (2012-2014). **Fernanda Francisca Rosa Morais**, Freelancer Designer Gráfica (2015). Web Designer na Folha da Manhã (2017-2019). Designer Gráfica e Arte-Finalista de 2016 a 2018 nas empresas: Agência Empop, Impressinho Confecções, Gráfica Santa Maria e Gráfica e Editora Letrícia. **Heliana Márcia Santos**, Possui graduação em Design de Moda pela Universidade Estadual de Maringá (2005) e mestrado em Design pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (2015). Trabalha como professora na UEMG (Universidade do Estado de Minas) desde de 2019, Atuou como professor substituto (EBTT e Ensino Superior) no IFSULDEMINAS-Passos (2018-2019), como professor colaboradora na UEM (Universidade de Maringá em Engenharia da Produção, Design de Produto e Design de Moda. Experiência nas áreas: desenvolvimento de produto, tecnologia da confecção e têxtil, modelagem computadorizada, sustentabilidade e design estratégico, história da arte, cultura e consumo, desenho e ilustração, cenografia, figurino, produção de arte.